

# INSTYTUT DZIENNIKARSTWA, MEDIÓW I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I JEGO WKŁAD W ROZWÓJ NAUK O MEDIACH W POLSCE W LATACH 1998–2018

TERESA SASIŃSKA-KLAS

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej  
Uniwersytet Jagielloński

## ABSTRACT

### **Institute of Journalism, Media and Social Communication and its contribution to development of media studies in Poland in 1998–2018**

The article attempts to summarize the twenty-years scientific and educational achievements of the Institute of Journalism, Media and Social Communication operating at the Faculty of Management and Social Communication of the Jagiellonian University. The subject of the detailed analysis is the structure and scientific profile of the unit shown in evolutionary perspective. In addition, the student initiatives of UJ journalist students such as the “MediaTory” journalism contest and the photo “Depth Contest” competition were significant for the national environment.

**Keywords:** journalism, media studies, social communication, university studies, research, students/academic staff

✉ Adres do korespondencji: [uhsasins@cyftonet.krakow.pl](mailto:uhsasins@cyftonet.krakow.pl)

Nauki o mediach jako dyscyplina naukowa w dziedzinie nauk społecznych powstały w Polsce niedawno – w 2011 roku. Sięgając do korzeni, należy odnotować, że nauki o mediach jako dyscyplina akademicka ukształtowały się w Stanach Zjednoczonych po II wojnie światowej. Za prekursorów uznaje się grupę badaczy, którzy wnieśli znaczący i do tej pory przywoływany w rozważaniach wkład, tak teoretyczny, jak i empiryczny, w jej rozwój. Są to: Paul Lazarsfeld, Carl Hovland, Harold Lasswell, Kurt Lewin, Wilbur Schramm i in. Jednakże – w opinii amerykańskiego środowiska medioznawczego – największe zasługi w wypracowaniu podstawowych założeń dotyczących profilu teoretycznego i metodologicznego przypisać należy Wilburowi Schrammowi, którego można uznać za kreatora statusu akademickiego oraz instytucjonalizacji tej dyscypliny (Schramm 1997, s. 154–180). Schramm siedemdziesiąt lat temu, dokładnie w 1948 roku, stworzył na Uniwersytecie Iowa pierwszy program studiów magisterskich w zakresie nauk o komunikowaniu, który dał początek przyszłym studiom dziennikarskim, a także programom kształcenia w zakresie komunikacji i badaniom naukowym na poziomie akademickim. Nie oznacza to, że dopiero w II połowie XX wieku podjęto pierwsze rozważania i badania dotyczące procesów komunikowania czy funkcjonowania mediów w społeczeństwie. To stało się znacznie wcześniej. Także w Europie, gdzie wskazuje się, że początki rozwoju naukowych rozważań nad procesem komunikowania sięgają wieku XIX, proces instytucjonalizacji badań, studiów i kształcenia w zakresie komunikowania dokonuje się – podobnie, jak w Stanach Zjednoczonych – w ciągu XX wieku.

Nie ma jednakże – i nie sposób tego jednoznacznie stwierdzić – rzetelnych danych źródłowych dotyczących tego, kiedy po raz pierwszy podjęto rozważania dotyczące procesu komunikowania, jego charakteru, sposobów przebiegu, kierunków, skutków, kanałów, przez które się realizuje itd. Można przyjąć, że procesy komunikowania towarzyszą ludziom od najwcześniejszego okresu tworzenia się społeczeństwa, a w jego obrębie – relacji społecznych. I – równolegle – historycznie rozwijała się refleksja społeczna nad osobliwością komunikacji jednostek wobec jednostek, wobec grupy/zbiorowości oraz komunikacji w zbiorowości, jaką jest społeczeństwo.

### *Nauki o mediach – współczesne wyzwania*

Aby powstała jakaś nowa dziedzina nauki, która zostanie uznana jako dyscyplina akademicka, muszą zostać spełnione trzy podstawowe warunki. Dyscyplina winna wypracować:

- 1) zakres,
- 2) język,
- 3) metody.

Co zatem współcześnie – w konsekwencji rozwoju nauk o mediach – wchodzi w zakres rozważań teoretycznych i kierunków badawczych w tym obszarze?

Zdaniem Tomasza Gobana-Klasa nauki o mediach badają – jak sama nazwa wskazuje – media, ale także instytucje medialne, odbiorców/użytkowników, czyli publiczność mediów, a zwłaszcza zawartość przekazów medialnych (*content*), intencjonalność przekazów itp. Zadaje się wielorakie pytania badawcze dotyczące m.in. tego, kto kontroluje media, czym są media jako technologie społeczne, jakie jest ich działanie, jakie wartości propagują, a także jaki wpływ wywierają na odbiorców (Goban-Klas 2005)<sup>1</sup>. Lista pytań badawczych jest rozległa i stale się powiększa, bowiem media we współczesnym społeczeństwie dotyczą nas bezpośrednio, a nie tylko pośrednio. Pytania badawcze formułuje się na podstawie operacyjnych empirycznych metod stosowanych na gruncie nauk społecznych. Szczególne znaczenie dla nauk o mediach mają takie metody badawcze, jak analiza treści, analiza zawartości (*contentu*), analiza dyskursywna, badania sondażowe opinii publicznej (czyli badanie odbiorców), badania ankietowe, obserwacja, wywiady, metody źródłowe i tworzące się nowe założenia metodologiczne oraz instrumenty badawcze zorientowane na badanie nowych nowych mediów (Sasińska-Klas 2014, s. 13–22). Zebrane dane interpretuje się w obrębie koncepcji teoretycznych dotyczących tworzenia się społeczeństwa informacyjnego – sieciowego – medialnego. Podejście analityczne w prowadzonych współcześnie badaniach jest dynamiczne, bowiem zmiany dokonujące się w obrębie mediów charakteryzuje wyraźna zmienność i coraz większa niedookreśloność oraz płynność.

Wymienione powyżej trzy elementy konstytutywne dyscypliny naukowej są obecne w obszarze nauk o mediach rozwijających się na świecie, a także na polskim gruncie naukowym – i to od blisko 100 lat, choć dopiero znacznie później nauki o komunikowaniu, o mediach powstały jako samodzielna dyscyplina akademicka.

Ukonstytuowanie nauk zajmujących się rozwijaniem teorii i badaniem mediów stało się w naszym kraju faktem społecznym, uznanym przez władze resortu szkolnictwa wyższego. 8 sierpnia 2011 roku decyzją Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego powstały nauki o mediach jako nowa dyscyplina naukowa<sup>2</sup>. Była to odpowiedź na postulaty środowiska akademickiego, uznająca i doceniająca dynamiczny rozwój mediów i multimediów, głównie nowych mediów, mediów cyfrowych, mediów społecznościowych (social mediów) i szeroko pojętego Internetu.

W środowisku polskich medioznawców decyzję tę uznano za wyraźny krok w przyszłość, bowiem to nauki o mediach powinny się zajmować analizą środków i mechanizmów komunikowania, szerzej: porozumiewania się ludzi (Goban-Klas 2006, s. 1–7). Wśród tych środków możemy wymienić tradycyjne media, takie jak prasa, radio i telewizja, a także telefon stacjonarny, oraz nowe, do których należą: telefon komórkowy, fotografia cyfrowa, gry komputerowe oraz

<sup>1</sup> Zob. zwłaszcza cz. I. Komunikowanie i media, s. 11–44.

<sup>2</sup> Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 8 sierpnia 2011 r. w sprawie obszarów wiedzy, dziedzin nauki i sztuki oraz dyscyplin naukowych i artystycznych.

media najnowszej generacji, takie jak tablet, smartfon, Internet i jego aplikacje, w tym Facebook, YouTube i inne.

Nauki o mediach w ich współczesnym wymiarze zorientowane są na badanie szeroko rozumianego społeczeństwa informatycznego, czyli funkcjonującego w oparciu o zasoby informacyjne i ich wykorzystanie. Analizuje się proces jego powstawania w kontekście rozwijającej się cywilizacji medialnej rozumianej jako „technokultura oparta na wielorakich technologiach i urządzeniach medialnych” (Goban-Klas 2005, s. 261). Przedmiotem badań są kompetencje ludzi dotyczące wykorzystywania przez nich technik informacyjno-komunikacyjnych, a także sposoby korzystania z Internetu. Analizę poszerza się o rozważania z dyscyplin pokrewnych w dziedzinie nauk społecznych, takich jak socjologia, psychologia, prawo, pedagogika, filozofia, zwłaszcza filozofia języka.

We wcześniejszym ujęciu, zaproponowanym przez Walerego Pisarka, nauki o komunikowaniu się ludzi (bowiem dopiero od 2011 r. posługujemy się oficjalną nazwą: nauki o mediach) rozumianym jako przepływ, a precyzyjniej: gromadzenie, przetwarzanie, przekazywanie i odbieranie informacji, sytuują się nie tylko w dziedzinie nauk społecznych, ale także w dziedzinie nauk humanistycznych. Wskazuje autor, że w obrębie nauk humanistycznych pogłębiającą i zarazem poszerzającą rolę w badaniu procesów komunikowania pełnią też nauki szczegółowe, takie jak semiotyka, a wraz z nią językoznawstwo, zespół nauk o kulturze: nauka o literaturze, filmoznawstwo, teatrologia, historia sztuki i in. (Pisarek 1999, s. 96–107).

Przedmiotem zainteresowań badawczych w tej nowej dziedzinie naukowej są tradycyjne media masowe, takie jak prasa i dziennikarstwo, radio, telewizja, które w dalszym ciągu pozostają dominującymi środkami przekazywania informacji, edukacji, reklamy i w coraz większym stopniu rozrywki. Równolegle niezwykle dynamicznie rozwijają się jednak nowe środki komunikowania i ich narzędzia (smartfon, tablet i in.), wprowadzając wielorakie możliwości gromadzenia, przetwarzania, przesyłania informacji – niemniej tworzą także wiele zagrożeń dla życia indywidualnego i społecznego. I to wszystko należy – zdaniem wymienionych wyżej krakowskich medioznawców, związanych od 1998 roku z tworzącym się Instytutem Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (obecna nazwa: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej) – wnikliwie badać oraz analizować. Poszerza to współcześnie zakres badawczy nauk o mediach.

Proces prowadzenia badań naukowych i kształcenia kadr zawodowych w jakiejś dziedzinie życia społecznego wymaga instytucjonalizacji, organizacji oraz działań nakierowanych na stworzenie – w dłuższej perspektywie czasowej – środowiska zawodowego. I takie działania zostały zainicjowane na Uniwersytecie Jagiellońskim w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku.

## *2. Powstanie w 1998 roku na Uniwersytecie Jagiellońskim Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej*

Decyzją Senatu Uniwersytetu Jagiellońskiego z dniem 1 października 1998 roku powołano na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej nową jednostkę naukowo-dydaktyczną – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Okazało się to możliwe, bowiem w strukturach nowego Wydziału, powstałego w 1996 roku, mieściła się jednostka o zbliżonym profilu naukowo-dydaktycznym, podległa Senatowi UJ, jaką była Międzynarodowa Szkoła Dziennikarstwa UJ. MSD powstała w 1995 roku decyzją Senatu UJ z dnia 29 czerwca, miała ona na celu uruchomienie procesu kształcenia studentów na poziomie licencjackim w zakresie dziennikarstwa (zgodnie z wchodzącym w życie bolońskim modelem kształcenia na poziomie akademickim). A zatem w strukturze Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej, którego dziekanem był wówczas prof. dr hab. Emil Orzechowski, władze uczelni dostrzegły potencjał kadrowy oraz instytucjonalny, który zdecydowały się rozbudować do poziomu instytutu oraz poszerzyć o następny poziom kształcenia, czyli studia magisterskie.

Mimo iż oficjalnie od 1991 roku studia dziennikarskie nie funkcjonowały w naszym kraju jako samodzielny kierunek studiów, bowiem zostały zamknięte decyzją Rady Głównej Szkolnictwa Wyższego w wyżej wymienionym roku, to nie załamał się proces kształcenia na poziomie akademickim przyszłych kadr dziennikarskich i medialnych – prowadzony był jednak w bardzo okrojonym zakresie. Najczęściej jako specjalizacja w obrębie takich kierunków studiów, jak filologia polska, nauki polityczne, kulturoznawstwo, stosunki międzynarodowe, nauki ekonomiczne, teologia. Należy stwierdzić, że decyzja Rady Głównej Szkolnictwa Wyższego likwidująca w 1991 roku studia dziennikarskie w Polsce (jedyнным ośrodkiem akademickim prowadzącym od 1969 r. w naszym kraju studia pięcioletnie magisterskie z zakresu dziennikarstwa był Instytut Dziennikarstwa na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego) nie została uzasadniona merytorycznie, lecz ideologicznie.

Na Uniwersytecie Jagiellońskim, począwszy od 1976 roku, kształcenie w zakresie dziennikarstwa prowadzone było na Wydziale Prawa i Administracji UJ (w ówczesnym Instytucie Nauk Politycznych) jako specjalność na kierunku: nauki polityczne. Początkowo w wymiarze dwóch semestrów, a następnie – w miarę rozwoju i rosnącego zainteresowania studentów wyborem specjalności dziennikarskiej – rozszerzona aż do ośmiu semestrów. Oznaczało to, że od połowy lat osiemdziesiątych XX wieku wszyscy studenci kierunku nauki polityczne przez pierwsze dwa semestry studiowali przedmioty ogólne, a po pierwszym roku studiów ubiegali się o przyjęcie na specjalizację dziennikarską bądź ustrojową, samorządową lub nauczycielską. Nadmienić należy, że specjalność dziennikarska w ramach wyżej wymienionego kierunku cieszyła się największym zainteresowaniem studentów i konkurencją w ubieganiu się o przyjęcie na nią była bardzo duża.

Sternicy przeobrażającego się rynku mediów w krajach regionu Europy Środkowo-Wschodniej od momentu rozpoczęcia się procesu transformacji systemowej w 1989 roku sygnalizowali potrzebę podjęcia nowoczesnego sposobu przygotowywania kadr zawodowych dla sektora mediów. A równolegle – prowadzenia badań naukowych w zmieniającym się otoczeniu medialnym obejmującym niemal każdego obywatela oraz podjęcia pogłębionej refleksji teoretycznej nad procesami komunikowania w zmieniającym się pod wpływem oddziaływania nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych otoczeniu – bliższym, dalszym oraz w wymiarze globalnym. Wychodząc naprzeciw tym wyzwaniom, władze rektorskie uczelni w osobach: Rektora Uniwersytetu Jagiellońskiego prof. dr. hab. Aleksandra Koja oraz prorektorów: prof. dr. hab. Franciszka Ziejki, prof. dr. hab. Marka Szymońskiego oraz prof. dr. hab. Tadeusza Marka wydatnie wspierały proces zmierzający do instytucjonalizacji kształcenia przyszłych kadr dziennikarskich i medialnych oraz prowadzenia badań naukowych nad przeobrażającym się dynamicznie rynkiem mediów i procesem komunikowania, zmieniającym się pod wpływem rozwoju technologii komunikacyjno-informacyjnych.

W 1998 roku Rada Główna Szkolnictwa Wyższego – na wniosek władz dwóch uniwersytetów w Polsce, tj. Uniwersytetu Warszawskiego oraz Uniwersytetu Jagiellońskiego – podjęła decyzję o powołaniu nowego kierunku studiów na poziomie akademickim: dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Dzięki inicjatywie środowiska warszawskich i krakowskich medioznawców (Janusza Adamowskiego, Teresy Sasińskiej-Klas, Walerego Pisarka, Tomasza Gobana-Klasa, Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, Jerzego Olędzkiego, Bogdana Michalskiego i in.) podjęte zostały przygotowania do opracowania programu studiów na poziomie licencjackim oraz magisterskim.

Otwarta, ale także i sporna była sprawa nazwy: czy pozostawić dotychczasową nazwę kierunku studiów: dziennikarstwo, czy wprowadzić – idąc z duchem czasu – zmiany w nazwie kierunku, poszerzające perspektywę teoretyczną i dydaktyczną w zakresie kształcenia akademickiego.

Z inicjatywy Teresy Sasińskiej-Klas oraz Janusza Adamowskiego, z poparciem Senatów UW i UJ, przedstawiono Radzie Głównej Szkolnictwa Wyższego propozycję przyjęcia nazwy kierunku: dziennikarstwo i komunikacja społeczna, uzasadniając, że nowa nazwa odzwierciedla zmiany na rynku mediów, bowiem oprócz kształcenia kadr dziennikarskich zachodzi pilna potrzeba kształcenia kadr medialnych i okołomedialnych, jak rzecznicy prasowi, analitycy informacji, specjaliści w zakresie *public relations*, infobrokerzy itp., na które rośnie zapotrzebowanie na zmieniającym się rynku mediów.

Propozycja nazwy kierunku studiów: dziennikarstwo i komunikacja społeczna uzyskała pozytywną decyzję Rady Głównej Szkolnictwa Wyższego. I tak, począwszy od roku akademickiego 1998/1999, rozpoczęto prowadzenie studiów w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna (lub pod nazwami związanymi z tym zakresem). Obecnie studia takie prowadzone są na wszystkich uniwersytetach w Polsce oraz w wielu innych uczelniach wyższych. Wiele uczel-

ni w kraju, np. UW, UMCS, WSiLiZ i in., wprowadza nowe nazwy dla kierunku studiów o profilu dziennikarsko-medioznawczym – pokrewne do nazwy wiodącej, niemniej bardziej precyzyjnie, wąsko zakresowo sprofilowane np. logistyka mediów i in.

### 3. *Struktura i profil naukowo-badawczy IDMiKS UJ*

W momencie tworzenia Instytutu w 1998 roku w jego skład weszły trzy jednostki:

1. Międzynarodowa Szkoła Dziennikarstwa, powstała w 1995 roku, która w 1996 roku weszła w struktury Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Jej dyrektorem była wówczas dr hab. Teresa Sasińska-Klas<sup>3</sup>;

2. Katedra Ośrodek Badań Prasoznawczych, która od 1990 roku, a więc po rozwiązaniu koncernu medialnego RSW Prasa-Książka-Ruch, weszła w struktury Instytutu Nauk Politycznych na Wydziale Prawa i Administracji UJ. Na jej czele stał prof. zw. dr hab. Walery Pisarek. Na wniosek pracowników naukowych OBP – złożony w formie pisemnej władzom dziekańskim WZiKS UJ – władze rektorskie UJ podjęły decyzję o przeniesieniu OBP na WZiKS oraz włączenie do struktury nowo tworzącego się Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej;

3. Katedra Komunikowania i Mediów Społecznych powstała w 1996 roku w procesie tworzenia się struktury nowego Wydziału, tj. Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Katedrą kierował prof. zw. dr hab. Tomasz Goban-Klas.

Te trzy jednostki stanowiły podstawę naukowo-badawczą i dydaktyczną (dotyczy MSD) dla stworzenia Instytutu. Od samego początku przyjęto założenie, że należy tę jednostkę naukowo-dydaktyczną aktywnie i systematycznie rozbudowywać, poszerzać kadrowo, wypracować jej wyrazisty profil naukowy, dydaktyczny oraz badawczy, a także zabiegać o ugruntowanie jej pozycji na polskim rynku medioznawczym w zakresie nauk o mediach. I takie działania były realizowane od początku powstania Instytutu aż do chwili obecnej.

Należy stwierdzić, że Instytut w ciągu swoich pierwszych dwudziestu lat funkcjonowania dynamicznie rozwinął się naukowo oraz wzmocnił kadrowo. Obecnie w jego skład wchodzi:

1. Katedra Ośrodek Badań Prasoznawczych (OBP), którą od 1998 roku aż do przejścia na emeryturę w 2001 roku kierował prof. zw. dr hab. Walery Pisarek, następnie w latach 2001–2005 prof. zw. dr hab. Ireneusz Bobrowski, a obec-

<sup>3</sup> Więcej na ten temat zob. Sasińska-Klas 2010, s. 9–26.



nie OBP kieruje prof. zw. dr hab. Maciej Kawka. W Katedrze aktualnie zatrudnionych jest dwóch pracowników naukowo-dydaktycznych: dr hab. Ryszard Filas oraz dr Paweł Planeta.

Do czasu przejścia na emeryturę z OBP związany był bardzo aktywnie dr Zbigniew Bajka. Wcześniej także w OBP byli zatrudnieni i zawodowo aktywni: mgr Barbara Breitmeier, mgr Włodzimierz Chorążki, dr hab. Agnieszka Cieślukowa (związana z OBP do 2014 r.), dr Sylwester Dziki, dr Jarosław Grzybczak, Janusz Harnik, dr hab. Wojciech Kajtoch (związany z OBP do 2013 r.), dr Jacek H. Kołodziej, mgr Józef Kozak, prof. zw. dr hab. Roman Laskowski, mgr Janina Maczuga, mgr Stanisław Nowicki, mgr Henryk Siwek, mgr Andrzej Zagrodnik.

Profil naukowo-badawczy Katedry obejmuje przede wszystkim badania czytelnictwa prasy – co stanowiło tradycyjnie specyfikę działalności naukowo-badawczej OBP (Goban-Klas 1974, s. 225–237; Filas 2016, s. 15–19), zarówno w ramach jego działalności w strukturach RSW od końca lat 50. do 1990 roku, jak i w INP UJ, a obecnie w IDMiKS – zagadnienia języka mediów, ewolucji mediów w toku procesu transformacji systemowej, kwestie dotyczące zagrożeń w mediach, procesów własnościowych zachodzących w toku procesu transformacji systemowej i następnie na etapie stabilizacji się rynku medialnego w warunkach tworzącego się ładu demokratycznego w Polsce i in.

2. Zakład Komunikowania Międzynarodowego i Mediów, kierowany przez prof. dr hab. Teresę Sasińską-Klas (w roku 2014 dokonano przekształcenia Międzynarodowej Szkoły Dziennikarstwa w Zakład pod powyższą nazwą). W obrębie Zakładu zatrudnieni są następujący pracownicy naukowo-dydaktyczni: dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia, dr Teresa Sławińska, dr hab. Andrzej Nowosad, mgr Titus Ferenc. Wcześniej z Zakładem byli związani zawodowo: dr Roman Bartoszcze (zmarł w 2006 r.) oraz dr Józef Lubiński, który przeszedł do pracy dziennikarskiej w prasie, początkowo w Krakowie, a następnie w Warszawie.

W ramach Zakładu prowadzone są m.in. badania dotyczące procesów komunikowania międzynarodowego, roli badań opinii publicznej w kształtowaniu sfery publicznej, zarządzania w mediach (przedmiotem badań są szczególnie doświadczenia francuskie w tym zakresie), roli mediów na Bałkanach w procesie transformacji systemowej, mediów w USA, analizy relacji mediów i polityki, kształtowania oferty programowej w mediach audiowizualnych, publicznych i komercyjnych i in. Od 1998 roku Zakład współpracuje aktywnie (głównie dzięki staraniom dr Teresy Sławińskiej) z francuskim koncernem medialnym *Ouest France*. Każdego roku przedstawiciele koncernu prowadzą gościnnie dla studentów Instytutu zajęcia dydaktyczne z zakresu zarządzania instytucjami medialnymi, etyki dziennikarskiej, zarządzania finansowego na współczesnym rynku mediów. Także każdego roku studenci wyjeżdżają na miesięczną praktykę dziennikarską do Rennes do redakcji *Ouest France* – największego dziennika regionalnego w Europie – lub jej lokalnych oddziałów.



3. Zakład (wcześniej: Katedra) Komunikowania i Mediów Społecznych, którym do 2013 roku kierował prof. dr hab. Tomasz Goban-Klas, następnie dr Maria Nowina Konopka, a obecnie dr hab. Magdalena Szpunar. Z Zakładem związani są zawodowo następujący pracownicy naukowo-dydaktyczni: dr hab. Maria Nowina Konopka, dr Lucyna Słupek.

W profilu naukowo-badawczym Zakładu sytuują się następujące zagadnienia: teoretyczne analizy dotyczące procesu komunikowania masowego, ewolucja nowych oraz nowych nowych mediów, infomorfoza, zagadnienia z zakresu komunikowania międzynarodowego, nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych i ich wpływu na odbiorców i in.

4. Zakład Badań nad Mediatyzacją, który powstał w 2014 roku, kierowany przez dr hab. Agnieszkę Hess. W jego skład wchodzi: dr hab. Jarosław Flis, dr hab. Dominika Kasprowicz, dr Michał Bukowski, mgr Krzysztof Nowak.

Profil naukowy Zakładu obejmuje zagadnienia mediatyzacji życia społecznego i politycznego, szerzej: mediatyzacji sfery publicznej i roli mediów w jej konstruowaniu oraz przemianach; mediatyzacji społeczeństwa obywatelskiego, kanałów i instytucji komunikowania; mediatyzacji komunikowania na poziomie lokalnym i sublokalnym; mediatyzacji polityki, ze szczególnym uwzględnieniem procesu wyborczego oraz rozwoju metod i technik badań nad mediatyzacją.

5. Zakład Genologii Dziennikarskiej i Historii Mediów, założony i kierowany początkowo przez prof. dr hab. Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, a obecnie przez prof. UJ dr hab. Andrzeja Kaliszewskiego. W jego obrębie zatrudnieni są następujący pracownicy naukowo-dydaktyczni: dr Magdalena Hołdalska, dr Edyta Żyrek-Horodyska, dr Małgorzata Majewska.

Badania naukowe Zakładu skoncentrowane są na zagadnieniach z zakresu teorii i historii rodzajów i gatunków dziennikarskich oraz formatów medialnych od czasów najdawniejszych do współczesnych, języka i antropologii mediów, komunikacji werbalnej i niewerbalnej w mediach, twórczości wybitnych dziennikarzy i dziennikarzy-pisarzy, historii prasy i innych platform medialnych, literaturze faktu i form paraartystycznych w mediach, konwergencji i transmedialności w kontekście rozwoju gatunków medialnych oraz kulturze w mediach i misji dziennikarskiej w odniesieniu do kultury i edukacji.

6. Zakład Komunikowania Politycznego i Mediów, który w 2009 roku stworzyła i początkowo nim kierowała dr hab. Maria Magoska, a obecnie kieruje nim dr hab. Beata Klimkiewicz. W jego skład wchodzi następujący pracownicy naukowci: dr hab. Agnieszka Szymańska, dr Małgorzata Winiarska-Brodowska, dr Bogdan Fiszer, mgr Rafał Wietoszek.

Profil naukowo-badawczy Zakładu obejmuje następujące zagadnienia: media w systemie demokratycznym jako czwarta władza, media jako instrument władzy politycznej, wzajemne relacje mediów i polityki, doktryny medialne, systemy po-

lityczne i medialne, relacje między polityką a systemami medialnymi zarówno w Polsce, jak i w innych krajach.

7. Zakład Semiotyki i Komunikacji Wizualnej, powstał w 2013 roku z inicjatywy dr. hab. Wojciecha Kajtocha, który kieruje nim wspólnie z dr. hab. Małgorzatą Lisowską-Magdziarz, prof. UJ ww. jednostki. W jego skład wchodzi następujący pracownicy naukowo-dydaktyczni: prof. UJ dr. hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, dr. Monika Wawer, dr. Agnieszka Całek.

W profilu naukowym Zakładu poczesne miejsce zajmują zagadnienia z zakresu semiotyki, przeobrażeń społeczno-kulturowych zachodzących wśród współczesnych odbiorców mediów, nowych form odbiorczych, zagadnień dotyczących wybranych aspektów komunikacji wizualnej i in.

Od początku istnienia Instytutu kierowały nim: prof. dr. hab. Teresa Sasińska-Klas (dwie kadencje, wcześniej założyciel i dyrektor – w latach 1995–1998 – Międzynarodowej Szkoły Dziennikarstwa UJ), prof. dr. hab. Ewa Nowińska (dwie kadencje), dr. hab. Maria Magoska, prof. UJ dr. hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz oraz dr. hab. Agnieszka Hess. Funkcję zastępcy dyrektora ds. dydaktycznych pełniły następujące osoby: prof. UJ dr. hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, prof. dr. hab. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, dr. hab. Beata Klimkiewicz, prof. dr. hab. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz, dr. hab. Agnieszka Hess, dr. hab. Agnieszka Szymańska, dr. Lucyna Słupek (obecnie: drugą kadencję).

Zakres naukowych zainteresowań oraz profil badawczy liczego grona naukowców związanych zawodowo z Instytutem Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ jest interdyscyplinarny, otwarty na zmiany i przekształcenia dokonujące się w świecie mediów, zarówno wymiarze krajowym, jak i kontynentalnym oraz globalnym. Potwierdzeniem tego są liczne publikacje naukowe oraz wystąpienia pracowników naukowych Instytutu na wielu konferencjach krajowych i zagranicznych, prezentujących rezultaty prowadzonych badań.

Obecność naukowo-badawcza IDMiKS w polskim środowisku medioznawczym w ciągu dwudziestu lat, od momentu powstania Instytutu do chwili obecnej, uległa znaczącemu pogłębieniu, wydatnemu poszerzeniu oraz tematycznemu zwielokrotnieniu. To dzisiaj jednostka bardzo aktywna badawczo i naukowo, a także znacząca organizacyjnie i merytorycznie w ramach Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej, powstałego w 2007 roku i konsolidującego naukowo w skali kraju środowisko medioznawcze. Przedstawiciele IDMiKS UJ w osobach: dr. hab. Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, dr. hab. Agnieszki Szymańskiej, dr. hab. Beaty Klimkiewicz, dr. Teresy Sławińskiej wnieśli do tej pory znaczący wkład w działalność PTKS. Działalność ta jest na forum Towarzystwa kontynuowana. W 2013 roku IDMiKS był organizatorem trzeciego ogólnopolskiego Kongresu PTKS na temat „Mediatyzacja życia, kultury, polityki”, który odbył się na Uniwersytecie Jagiellońskim w dniach 26–28 września.

Na podkreślenie zasługuje aktywność wydawnicza Instytutu. Ukazuje się czasopismo naukowe *Zeszyty Prasoznawcze*, które wcześniej było kwartalnikiem naukowym Ośrodka Badań Prasoznawczych (jednostki naukowo-badawczej funkcjonującej wcześniej w obrębie Robotniczej Spółdzielni Wydawniczej „Prasa-Książka-Ruch”). Od momentu wejścia OBP w struktury IDiKS (następnie IDMiKS UJ), czyli od 1998 roku, czasopismo to jest wydawane w ramach Instytutu. To bardzo prestiżowy tak w kraju, jak i za granicą kwartalnik naukowy, na czele którego stał – po przejściu OBP i redakcji *Zeszytów Prasoznawczych* na UJ – prof. dr hab. Walery Pisarek (w latach 1991–2012), a od II połowy 2012 roku redaktorem naczelnym jest dr hab. Wojciech Kajtoch. *Zeszyty Prasoznawcze* powstały w 1960 roku i uważają się za kontynuatora kwartalnika *Prasa Współczesna i Dawna*, który ukazywał się w latach poprzedzających powstanie czasopisma, tj. 1958–1959.

Od 2002 roku działalność wydawniczą Instytutu koordynuje dr hab. Agnieszka Hess, obecna Dyrektor jednostki. Z jej inicjatywy powstała seria wydawnicza „Dziennikarstwo, Media i Komunikacja Społeczna”, która ukazuje się – nakładem Wydawnictwa Uniwersytetu Jagiellońskiego – nieprzerwanie od 2004 roku<sup>4</sup>. Autorami monografii publikowanych w tej serii są pracownicy i współpracownicy Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Książki zostały pomyślane zarówno jako materiał źródłowy dla naukowców, badaczy mediów i komunikowania oraz osób zainteresowanych tymi zagadnieniami, jak i pomoc dydaktyczna dla studentów. Seria cieszy się dużym uznaniem i jest rozpoznawalna na polskim rynku wydawnictw poświęconych procesom komunikacji społecznej oraz szeroko pojmowanej dyscyplinie nauk o mediach. W roku jubileuszowym, tj. 2018, ukazała się 20. pozycja serii.

Nową inicjatywą wydawniczą dr hab. Agnieszki Hess są wydawane od 2016 roku w formie elektronicznej monografie pracowników Instytutu, dostępne do pobrania na stronie internetowej IDMiKS<sup>5</sup>. To publikacje z dziedziny mediów, tematycznie dotyczące najnowszych zjawisk zachodzących w obszarze komunikowania. Sprawny proces wydawniczy oraz otwarty dostęp do publikacji sprawia, że książki te nie tracą na aktualności i szybko zyskują szeroki rozgłos czytelniczy na polskim rynku medialnym.

#### 4. Inicjatywy studenckie

Nie sposób omówić wszystkich form aktywności realizowanych przez studentów IDMiKS na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ. Jest ich bardzo, bardzo wiele, są różnorodne, organizowane jednorazowo, spontanicznie, jak i cyklicznie. Inicjatywy studenckie podejmują studenci na różnych płaszczyznach i w różnych wymiarach: w ramach wydziału, uczelni, w obrębie

<sup>4</sup> Zob. <http://www.media.uj.edu.pl/serie-dziennikarskie>.

<sup>5</sup> Zob. <http://www.media.uj.edu.pl/publikacje-elektroniczne-idmiks>.

miasta itp. Z tego względu niemożliwe jest omówienie ich w tym miejscu w sposób wyczerpujący. Należy zwrócić uwagę na dwie najważniejsze inicjatywy realizowane z inspiracji studentów IDMiKS:

#### 4.1. Plebiscyt MediaTory – Studenckie Nagrody Dziennikarskie

Na podkreślenie zasługuje realizowana od jedenastu lat (tj. od 2007 r.) ogólnopolska inicjatywa studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej UJ pod nazwą „Plebiscyt MediaTory – Studenckie Nagrody Dziennikarskie”. Jest to coroczny konkurs, w którym wybierani są najlepsi dziennikarze minionego roku akademickiego. Uczestniczą w nim studenci ze wszystkich uczelni w kraju, w których prowadzone są studia dziennikarskie (22 uczelnie). Wybierają – przez wypełnianie ankiet oraz drogą internetową przez specjalnie przygotowaną platformę *online* – zwycięzców w zaproponowanych przez studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej IDMiKS UJ kategoriach. W 2017 roku na przykład uprawnionych do głosowania w plebiscycie było ponad 10 tysięcy osób.

Prezes Stowarzyszenia MediaTory Wioletta Klytta następująco wyjaśnia motyw wyborów najwartościowszych przedstawicieli środowiska dziennikarskiego dokonywanych corocznie przez studentów:

Przedstawiciele nowego pokolenia polskiego dziennikarstwa nagrodzili dziennikarzy, którzy są dla nich wzorem do naśladowania. To głos młodych, wierzących w ideały studentów sprawia, że Plebiscyt MediaTory niezmiennie od jedenastu lat jest ceniony w świecie mediów<sup>6</sup>.

W ostatniej edycji (w 2017 r.) laureatami nagród w wymienionych poniżej kategoriach zostali:

AuTORytet – red. Ewa Ewart – reportażystka i producentka filmów dokumentalnych.

NawigaTOR – red. Robert Mazurek z radia RMF FM, prowadzący „Poranne Rozmowy” na antenie tej stacji radiowej.

TORpeda – red. Grzegorz Kwolek z radia RMF FM.

AkumulaTOR – red. Przemysław Babiarz oraz red. Włodzimierz Szaranowicz z TVP 1 Sport.

DetonaTOR – red. Wojciech Bojanowski ze stacji telewizyjnej TVN (absolwent dziennikarstwa i komunikacji społecznej UJ) za materiał dziennikarski „Śmierć w komisariacie” prezentowany w programie „Superwizjer” na łamach tej stacji telewizyjnej.

ObserwaTOR – red. Maciej Czarnecki za materiał dziennikarski „Dzieci Norwegii. O państwie (nad)opiekuńczym”.

ProwokaTOR – red. Tomasz Piątek za materiał dziennikarski oraz książkę pt. „Macierewicz i jego tajemnice”.

<sup>6</sup> Wypowiedź Prezes MediaTorów mgr Wioletty Klytty zamieszczona na stronie [www.mediatory.pl](http://www.mediatory.pl).

InicjaTOR – red. Krzysztof Stanowski za materiał dziennikarski „Akcja #DobroWraca”.

ReformaTOR – red. Ewa Żarska ze stacji telewizyjnej Polsat News za materiał „Mała prosiła, żeby jej nie zabijać”.

#### 4.2. „Głębia spojrzenia” – studencki konkurs fotograficzny

Z inicjatywy studentów IDiKS UJ w 2009 roku zorganizowano po raz pierwszy konkurs fotograficzny pod nazwą „Głębia spojrzenia”, który uzyskał wysoce pozytywny odzew ze strony środowiska studentów oraz artystów fotografików i od tej pory organizowany jest regularnie, co roku.

Organizatorzy następująco uzasadniają jego znaczenie dla środowiska studenckiego: „Jako studenci dziennikarstwa chcemy nauczyć się nie tylko patrzeć na otaczającą nas rzeczywistość, ale także poznawać punkty widzenia innych”. Organizatorzy konkursu zachęcają do pokazywania w materiałach fotograficznych świeżych wizji, demonstrowania przenikliwości spojrzenia. Proponują uczestnikom konkursu, aby spojrzeć na człowieka i zobaczyć go takim, jakim jest. Zachęcają, by dostrzec piękno w szarej codzienności, co wymaga otwarcia się ze strony fotografującego.

Konkurs prowadzony jest w trzech kategoriach:

Postacie w migawce – rozumiane jako *human story*. Celem jest pokazanie portretów osób znanych i nieznanymi, grup społecznych, sylwetek pojedynczych osób. Chodzi o to, by zobaczyć postać w każdym jej wymiarze. Organizatorzy, określając warunki konkursu, formułują kryteria następująco: „Pokazać człowieka, jakim nikt go nie widział – to klucz do sukcesu. Każda chwila jest dobra, by ujrzyć niezwykłość drugiej osoby”.

Dzieła codzienności – to fotofelieton, chodzi tu o skierowanie uwagi na pewien wycinek rzeczywistości. Zachęca się uczestników konkursu do tego, by spojrzeli na rzeczywistość z innej perspektywy, by dostrzegli w powszedniości, szarości i monotonii coś, co zatrzyma ich uwagę – i to wydobyli jako interesujący przekaz.

Historie prawdziwe – to konkurs na mały fotoreportaż (obejmuje maksymalnie trzy fotografie). Opiera się na założeniu, że nie wszystko da się przedstawić na jednej fotografii, stąd można pokazać trzy tematycznie powiązane, które odzwierciedlają obrazem jakąś wspólną treść, ukazaną w trzech ujęciach.

Nagrodzone materiały fotograficzne pokazywane są w różnych galeriach oraz instytucjach kultury m. Krakowa i cieszą się rosnącym zainteresowaniem.

Zasługującą na podkreślenie formą aktywności organizacyjnej Instytutu jest ponadto aktywny udział pracowników i studentów w działalności radia UJOT oraz telewizji UJOT. Cel działań podejmowanych na antenie radia i uniwersyteckiej stacji telewizyjnej stanowi m.in. promowanie osiągnięć oraz różnych form aktywności podejmowanych zarówno przez pracowników, jak i studentów oraz doktorantów Instytutu.

## 5. Profil dydaktyczny IDMiKS

Oferta dydaktyczna dotycząca kształcenia w zakresie dziennikarstwa została zainicjowana w 1995 roku w postaci uruchomienia (w wyniku decyzji Senatu UJ z dnia 29 czerwca 1995 r.) studiów licencjackich, opartych na założeniach tzw. systemu bolońskiego – czyli przyjmujących profil kształcenia 3 + 2: trzyletnie studia licencjackie, a następnie studia magisterskie. Wówczas, tj. w 1995 roku, uruchomiono studia licencjackie w zakresie dziennikarstwa w ramach kierunku kulturoznawstwo. Równolegle prowadzone były przez władze dwóch uczelni w kraju, tj. Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Jagiellońskiego, starania o powołanie samodzielnego kierunku studiów kształcącego przyszłe kadry dziennikarskie i medialne. Dokonało się to dopiero trzy lata później, tj. w 1998 roku. Wówczas, z dniem 1 października 1998 roku, decyzją Senatu UJ na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ powołano Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, oferujący kształcenie na dwóch poziomach: studiów licencjackich oraz studiów magisterskich w ramach nowo powstałego, decyzją Rady Głównej i Szkolnictwa Wyższego, kierunku studiów pod nazwą: dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Do chwili obecnej ta zainicjowana wówczas oferta edukacyjna (studia licencjackie + studia magisterskie) jest kontynuowana w IDMiKS, a zarazem realizowana w dwóch trybach: stacjonarnym oraz niestacjonarnym.

Przez okres dwudziestu lat (1998–2018) zawartość oferty dydaktycznej ulegała różnym modyfikacjom i doskonaleniu. Było to i tym bardziej jest uzasadnione. Ze względu na specyfikę rynku dziennikarskiego i medialnego, nieustannie się transformującego, także programy studiów przygotowujących przyszłe kadry dla rynku mediów wymagają nieustannego dopasowywania. Zapewne tak będzie i w następnych latach – programy studiów będą orientowane na zmiany dokonujące się na rynku mediów. Jaka zatem oferta edukacyjna proponowana jest aktualnie (tj. w 2018/2019 r.) w procesie kształcenia studentów na kierunku: dziennikarstwo i komunikacja społeczna?

Studia licencjackie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stacjonarne, jak i niestacjonarne, trwają trzy lata (sześć semestrów). Studia magisterskie, stacjonarne, jak i niestacjonarne, trwają cztery semestry.

Aktualnie (2018/2019) w IDMiKS studiuje 300 osób na studiach stacjonarnych I stopnia, 192 osoby na studiach stacjonarnych II stopnia oraz 160 studentów na studiach niestacjonarnych I stopnia, co daje łącznie 652 osoby. W dwudziestoleciu 1998–2018 studia licencjackie ukończyło łącznie 1220 osób, studia magisterskie zaś 1185, co daje ogółem 2405 absolwentów.

Szczegółowy program kształcenia na studiach stacjonarnych licencjackich i magisterskich dostępny jest na stronie internetowej Instytutu<sup>7</sup>. Porównywalny w zakresie oferowanych przedmiotów jest program studiów niestacjonarnych,

<sup>7</sup> Zob. <http://www.media.uj.edu.pl/studia-i-stopnia>; <http://www.media.uj.edu.pl/studia-ii-stopnia>.



obejmuje jednak mniej godzin dydaktycznych, zgodnie z zasadami obowiązującymi w zakresie liczby jednostek godzinowych realizowanych na studiach niestacjonarnych.

W ramach oferty dydaktycznej Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ, począwszy od roku akademickiego 2016/2017, realizowane są czteroletnie studia III stopnia (studia doktoranckie) w zakresie nauk o mediach. Aktualnie studiuje na nich 31 doktorantów. Pierwsi absolwenci studiów III stopnia – w myśl przyjętego programu kształcenia – powinni przystępować do obrony przygotowanych dysertacji doktorskich w roku akademickim 2020/2021.

Struktura zatrudnienia w IDMiKS przedstawia się obecnie następująco: 29 pracowników naukowo-dydaktycznych, 4 pracowników administracyjnych, 19 współpracowników (związanych zawodowo z mediami oraz zawodami okołomedialnymi<sup>8</sup>) prowadzących zajęcia dydaktyczne ze studentami. Spośród pracowników administracyjnych przez wiele lat zawodowo związane z Instytutem były następujące osoby: mgr Barbara Ochmańska, mgr inż. Barbara Oleś, mgr Bernadetta Stępień, mgr Małgorzata Jaglarz, które wniosły znaczący wkład w proces administracyjnego zarządzania jednostką. Obecnie obowiązki te pełnią następujące osoby: mgr Małgorzata Chęcińska-Głazik, mgr Elżbieta Głownia, Anna Harnik, mgr Joanna Krizar.

### *Refleksje końcowe*

Gdy władze uczelni powoływały w 1998 roku na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej (obecna nazwa: Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej) i – równolegle – od roku akademickiego 1998/1999 uruchomiły studia z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, przewidywano, że zainteresowanie tym kierunkiem studiów będzie znaczące i liczba kandydatów na studia będzie rosła. Po dwudziestu latach doświadczeń w zakresie kształcenia kadr dziennikarskich i medialnych dla rynku mediów w Polsce, a także w Europie, należy stwierdzić, że trend wzrostowy nadal się utrzymuje; nawet niż demograficzny nie wpłynął ujemnie na liczbę starających się o przyjęcie na nasz kierunek. Czy tak będzie w przyszłości? – trudno przewidzieć. Niemniej należy jednoznacznie stwierdzić, że studia z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej prowadzone na UJ cieszą się dużym zainteresowaniem młodzieży. W roku 2017/2018 o jedno miejsce na studiach stacjonarnych licencjackich w IDMiKS UJ ubiegało się dziesięciu kandydatów. To powód do satysfakcji, a równocześnie wyzwanie wskazujące, że w erze rosnącej konkurencji, obejmującej także rynek edukacyjny w naszym kraju, należy cały czas pracować nad doskonaleniem procesu kształcenia i atrakcyjnością oferty edukacyjnej. Troszczyć się o współpracę w wymiarze krajowym,

<sup>8</sup> Termin ten wprowadziła autorka artykułu, zob. Sasińska-Klas 1998, s. 55–59.

np. w ramach programu wymiany studentów MOST, czy współpracę międzynarodową, np. w ramach programu ERASMUS+, współpracę ze studentami i doktorantami oraz otoczeniem dziennikarskim i medialnym itd., aby wnikliwie analizować i szybko reagować na sygnały płynące z rynku mediów. Pierwsze dwadzieścia lat obecności Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej w akademickiej przestrzeni publicznej w Polsce, ale także poza granicami kraju, należy uznać za wartościowe i wzbogacające tak kadrę naukową, jak studentów oraz doktorantów.

Przed nami następne dziesięciolecie, przyjdą nowi studenci, zatrudnieni zostaną nowi pracownicy naukowcy, nawiązywane będą nowe kontakty, podejmowane nowe badania, nowe wyzwania. Oby były równie wartościowe i rozwijające jak w ciągu tych pierwszych dwudziestu lat, gdy wspólnie wypracowywano i doskonalono podstawową formułę działania Instytutu.

Etap konstytutywnej i pionierskiej pracy Instytut ma już za sobą i jest on udziałem całego zespołu osób tworzących Instytut: począwszy od momentu jego powstania w 1998 roku i funkcjonowania do 2009 roku w budynku w Ryńku Głównym 29 – a od 2009 roku do chwili obecnej – na Kampusie 600-lecia Odnowy UJ w Pychowicach przy ul. Prof. S. Łojasiewicza 4.

Spoglądając wstecz, należy stwierdzić, że warto było te działania podjąć, a następnie kontynuować i wzbogacać o nowe doświadczenia, ale należy także dostrzec, że współcześnie w środowisku naukowym działać trzeba jeszcze bardziej dynamicznie, niż miało to miejsce do tej pory, bardziej aktywnie współpracować z otoczeniem medialnym, zabiegać o rynkowe rozpoznanie jakości oferty edukacyjnej, jaką dana jednostka proponuje młodym ludziom szukającym atrakcyjnego kierunku studiów, a po jego ukończeniu – możliwości realizacji na rynku pracy.

IDMiKS UJ posiada wszelkie atuty, aby w tej konkurencji na rynku edukacyjnym aktywnie uczestniczyć i efektywnie się realizować. Za następne dwadzieścia lat będzie można dokonać kolejnego bilansu działań i osiągnąć pracowników naukowych oraz studentów i doktorantów Instytutu, czyli już tylko za dwie dekady! A więc zabierzmy się już dziś do pracy, intensywniej niż dotąd! Naszą wiarygodność oraz większą niż dotąd rozpoznawalność, nie tylko w wymiarze krajowym, ale także i międzynarodowym, mamy zamiar i zobowiązujemy się dalej skutecznie realizować.

## *Bibliografia*

- Filas R. (2016). *Zeszyty Prasoznawcze* a Ośrodek Badań Prasoznawczych (OBP) – małżeństwo niemal doskonałe. W: M. Kawka, R. Filas, P. Płaneta (red.). *Zeszyty Prasoznawcze*. Analiza zawartości 1957–2012. Metody, tematy, autorzy (s. 15–29). Kraków.
- Goban-Klas T. (1974). Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa-Książka-Ruch”. *Kultura i Społeczeństwo*, nr 3, s. 225–237.
- Goban-Klas T. (2005). *Cywilizacja medialna*. Warszawa.

- Goban-Klas T. (2006). Od prasoznawstwa do medioznawstwa – perspektywa naukowego glob-trotera. *Global Media Journal: Polish Edition*, nr 1 Spring 2006, s. 1–7.
- Pisarek W. (1999). Ośrodek Badań Prasoznawczych w nauce o komunikacji społecznej u progu trzeciego tysiąclecia. W: M. Kocójowa (red.). *Zarządzanie i komunikowanie: tendencje rozwoju badań naukowych u progu XXI w.* (s. 96–107). Kraków.
- Sasińska-Klas T. (1998). Edukacja w zakresie dziennikarstwa i wiedzy o komunikowaniu końca XX wieku. W: J. Adamowski (red.). *Media i dziennikarstwo na przełomie wieków* (s. 55–59). Warszawa.
- Sasińska-Klas T. (2010). Od Międzynarodowej Szkoły Dziennikarstwa do Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej UJ – 15 lat minęło. *Zeszyty Prasoznawcze*, nr 3–4, s. 9–26.
- Sasińska-Klas T. (2014). Swoistość zjawisk w komunikacji medialnej i problemy w ich badaniach empirycznych. *Studia Medioznawcze*, nr 1(56), s. 13–22.
- Schramm W. (1997). The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir. W: S. Chaffee, E. Rogers (eds.). *The Institutionalization of Advanced Communication Studies in American Universities* (s. 154–180). Thousand Oaks, CA.

## STRESZCZENIE

Artykuł podejmuje próbę podsumowania dwudziestoletniego dorobku naukowo-dydaktycznego oraz badawczego Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej funkcjonującego na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego. Przedmiotem szczegółowej analizy jest struktura i profil naukowo-badawczy jednostki pokazany w ujęciu ewolucyjnym. Ponadto wskazano na znaczące dla środowiska ogólnopolskiego inicjatywy studentów dziennikarstwa UJ, takie jak konkurs dziennikarski „MediaTory” oraz konkurs fotograficzny „Głębia spojrzenia”.

**Słowa kluczowe:** dziennikarstwo, nauki o mediach, komunikacja społeczna, studia uniwersyteckie, badania, studenci/kadra naukowa